

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya industri makanan di kota Bandung maka banyak bermunculan café-café serta restoran-restoran yang baru. Fenomena ini merupakan fenomena yang wajar sebab di tengah perkembangan zaman yang semakin maju industri makanan memang terlihat memiliki prospek yang sangat menjanjikan. Kebanyakan orang di zaman sekarang ini berkunjung ke restoran-restoran dan café-café untuk berbagai alasan mulai dari kepraktisan, sosialisasi, gaya hidup, menikmati suasana café, dan berbagai alasan lainnya. Dengan banyak bermunculannya café-café serta restoran-restoran tersebut maka persaingan di industri makanan pun menjadi semakin ketat. Mereka yang ingin tetap bertahan di tengah persaingan tersebut harus mampu memanfaatkan semaksimal mungkin berbagai peluang dan potensi yang mereka miliki. Mereka bersaing dengan berbagai upaya untuk mendapatkan konsumen agar mau berkunjung ke restoran dan café mereka. Hal ini tentu saja pada akhirnya bertujuan untuk meningkatkan penjualan restoran dan café tersebut sehingga memberikan keuntungan bagi pihak pengelola restoran dan café.

Black Pepper Steak Resto & Café adalah salah satu dari sekian banyak restoran-restoran serta café-café yang baru bermunculan tersebut. Di tengah usianya yang baru berdiri selama ±1 tahun sejak Maret 2006, Black Pepper Steak Resto & Café saat ini harus mampu memanfaatkan semaksimal mungkin berbagai peluang dan potensi yang dimilikinya agar tetap bertahan di tengah persaingan industri makanan yang sangat ketat di kota Bandung. Berdasarkan keterangan dari pihak pengelola café, target penjualan Black Pepper Steak Resto & Café selama 1 tahun sejak awal berdiri hingga sekarang target penjualan hanya terpenuhi pada Maret 2006, Juni 2006, Desember 2006, Januari 2007, Maret 2007. Sedangkan pada bulan – bulan selain yang tersebut di atas, target penjualan hanya

terpenuhi 70%-75%. Melalui wawancara dengan Bapak Harry, selaku manager Black Pepper Steak Resto & Café ditegaskan bahwa pihak manajemen Black Pepper Steak Resto & Café ingin mengetahui upaya yang perlu dilakukan oleh pihak manajemen Black Pepper Steak Resto & Café agar mampu meningkatkan penjualannya sehingga target penjualan Black Pepper Steak Resto & Café dapat selalu terpenuhi.

1.2. Identifikasi Masalah

Dengan berkembangnya industri makanan di kota Bandung, pihak manajemen Black Pepper Steak Resto & Café ingin meningkatkan penjualan agar target penjualan selalu tercapai.. Hal – hal yang mungkin menyebabkan target penjualan tidak tercapai yaitu :

- Belum diketahuinya faktor-faktor apa saja yang menurut konsumen penting dalam memilih restoran/café.
- Belum diketahuinya apakah pelayanan yang diberikan oleh pihak manajemen Black Pepper Steak Resto & Café telah memuaskan konsumen.
- Belum diketahuinya strategi pemasaran yang tepat untuk dilakukan oleh pihak manajemen Black Pepper Steak Resto & Café
- Terdapat banyak pesaing di industri makanan baik pesaing baru maupun pesaing lama, sehingga persaingan di industri makanan semakin ketat

1.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi

Dengan adanya keterbatasan dalam waktu, tenaga serta biaya, maka dilakukan pembatasan masalah agar penelitian lebih fokus dan terarah. Berikut pembatasan yang dilakukan yaitu :

- Tidak meneliti masalah persaingan di industri makanan di kota Bandung.

1.4. Perumusan Masalah

Berikut ini adalah perumusan masalah dalam melakukan penelitian yaitu :

1. Faktor – faktor apa saja yang menurut konsumen penting dalam memilih suatu restoran/café ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen yang berkunjung ke Black Pepper Steak Resto&Café ?
3. Bagaimana *Segmenting, Targeting, Positioning* Black Pepper Steak Resto & Cafe?
4. Hal apa saja yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen Black Pepper Steak Resto & Cafe agar dapat meningkatkan kinerja Black Pepper Steak Resto & Café ?

1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah perumusan masalah dalam melakukan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang menurut konsumen penting dalam memilih suatu restoran/café.
2. Untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen yang berkunjung ke Black Pepper Steak Resto&Café.
3. Untuk mengetahui bagaimana *Segmenting, Targeting, Positioning* Black Pepper Steak Resto & Café.
4. Untuk mengetahui hal apa saja yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen Black Pepper Steak Resto & Cafe agar dapat meningkatkan kinerja Black Pepper Steak Resto & Café.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB 1. PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, maksud dan tujuan serta sistematika penulisan.

BAB 2. LANDASAN TEORI

Berisi tentang teori – teori dan studi pustaka yang berhubungan dengan masalah – masalah pada penelitian dan dapat digunakan sebagai pedoman untuk menyelesaikan masalah – masalah tersebut .

BAB 3. SISTEMATIKA PENELITIAN

Berisi tentang langkah – langkah yang sistematis dan jelas dalam melakukan penelitian dari awal sampai akhir.

BAB 4. PENGUMPULAN DATA

Berisi tentang data – data yang didapat dari hasil penelitian di Black Pepper Steak Resto & Café

BAB 5. PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Berisi tentang pengolahan data – data yang telah diambil pada bab sebelumnya.

BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dari seluruh hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan penulis, serta saran perbaikan yang dapat diberikan oleh penulis kepada pihak manajemen Black Pepper Steak Resto & Café agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.